

# 진즈(Jeans)의 가공(Finishing)에 따른 이미지 평가 연구

-미국 L. A. 거주 대학생을 중심으로-

이 미 연

청운대학교 패션디자인섬유공학과 전임강사

## Research about Image Evaluations from Jeans' Finishing

-Focus on Undergraduate Students in Los Angeles of the USA-

Mi-Yeon Lee

Full-time Instructor, Dept. of Fashion Design & Textile Engineering, Chungwoon University  
(2006. 2. 20 투고)

### ABSTRACT

The objectives of this research were to identify the differences of image evaluations by perceiver's gender, majors and jeans' finishing and to examine image characteristics that have an influence on attractiveness and preferences of jeans' finishing. The subjects are 96 undergraduate students in Los Angeles of the USA.

Elegant and refined images had a significant effect on perceiver's gender, so men tended to highly evaluate jeans as elegant and refined images than did women. Soft images were recognized differently by perceiver's major, so non-specialists in design tended to highly evaluate jeans as soft images than did specialists in design. In finishing, shattered wash was evaluated as the most individual, attractive, energetic, and splendid images, and stone wash was evaluated as the most ordinary, unattractive, and plain images. Light images tended to have interaction effects by majors and finishing. Specialists in design did not perceive differences between light images from finishing well, but non-specialists in design perceived that stone wash finishing's image is lighter than indigo blue finishing's image. Sociable images had interaction effects by perceiver's gender, majors and jeans' finishing, and especially non-specialists in men estimated that shattered wash has the lowest sociable images in finishing.

According to evaluations about finishing images of ladies' jeans, men tended to be attracted by splendid images, and women tended to be attracted by sexy images. In addition, both men and women were commonly attracted by feminine images, so the study found that feminine images is important image for developing jeans for ladies. According to evaluations about finishing images of ladies' jeans, men preferred sexy and natural images to comfortable and energetic images, and women preferred sexy and neat images. Female undergraduate students of the USA tended to be attracted by sexy images, and we found that actually they consider buying jeans with such images.

Key words: jeans' finishing(진즈 가공), image(이미지), perceiver's gender(지각자의 성별), majors(전공)

## I. 서론

진즈(Jeans)는 1853년 리바이 스트라우스(Levi Strauss)에 의해 작업복으로 만들어져 애용되다 1950년대 이후 제임스 딘의 '이유없는 반항'의 영향으로 젊은 층을 사로잡은 데 이어 1960년대 들어 기존 질서와 물질 만능주의에 반발한 대학생들이 앞다투어 입으면서 자유와 개성의 대명사로 자리잡았다. 1970년대엔 남녀노소 누구나 입는 옷이 되었고 1977년 켈빈 클라인이 값비싼 디자이너 브랜드를 붙여 진즈를 패션시장에 내놓은 것으로 계기로 단순한 작업복 스타일에서 벗어나 패션화 되기 시작했다.<sup>1)</sup>

1980년대 중반이후부터 진 자체를 낚고 물이 빠진 것처럼 만드는 각종 가공기법이 일반화되기 시작하자, 오늘날 진즈는 최신 유행의 패션감각을 표현하면서도 부담없이 편안하게 입을 수 있는 훌륭한 캐주얼 아이템으로 그 역할을 다하고 있다.

한편, 인간은 과거로부터 여성에 대해 자신의 외모 매력성을 높이기 위해 의식적으로 또는 무의식적으로 노력해 왔다. 특히 진즈인 경우 실용성을 강조한 노동복으로 이러한 매력성과는 무관한 아이템이었지만, 유행의 흐름에 따라 현대패션에 이르러서는 자유분방을 나타냄과 동시에 신체를 숨기는 옷, 주목을 끌지 않는 옷을 대신해 더 촉감적으로 바로 더 성적인 느낌을 전달하는 의복 아이템으로도 여겨지고 있다.

진즈에 대한 연구는 다양한 측면에서 연구되어오고 있는데, 즉 마케팅 측면에서의 고찰<sup>2)~12)</sup>이나 디자인 개발<sup>13)14)</sup> 또는 패턴<sup>15)</sup>, 착용감<sup>16)</sup>에 대한 연구 등이 있으며 그 밖에 한국과 미국 대학생의 진에 대한 의식 비교연구<sup>17)</sup>와 미국의 대표적인 진 브랜드들의 온라인 숍에서 판매되고 있는 진바지의 디자인 요소를 내용분석하여 진바지의 유행경향을 파악한 연구<sup>18)</sup>, 진즈 패션의 상징성에 대한 연구<sup>19)</sup>, 데님의상의 현대문화사적인 분석<sup>20)</sup> 등이 있다. 그러나 진즈의 외관을 좌우할 수 있는 가공에 따른 진바지의 이미지 지각에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 더욱이 오늘날, 데님의 기본속성인 실용성과 함께 최신 유행의 패션감각을 표현할 수 있는

각양각색의 가공법이 개발되면서 진즈를 통한 개인의 매력성을 표출할 수 있는 기회는 더욱 증대되고 있다. 이러한 현 시점에서 여성용 진즈에 행해지고 있는 가공에 의해 의복의 이미지가 여성 또는 남성 지각자 측면에서 어떻게 달라 질 수 있는가를 여성 소비자가 안다면 상황에 맞는 또한 이성에게 매력을 줄 수 있는 진즈의 연출에 도움이 될 것이고, 대미 진즈 수출업체에는 다양한 소비자 계층을 만족시킬 수 있는 가공효과 디자인 개발의 기초 자료를 제공할 수 있으리라 사료된다.

따라서 본 연구에서는 진즈의 본고장인 미국의 대학생들을 대상으로, 2002년 미국의 대표적인 진 브랜드들의 온라인 숍에 판매되고 있는 여성용 진즈에 행하여지고 있었던 가공들 중 4가지 가공효과를, 가장 유행되고 있는 진즈 실루엣에 컴퓨터 시뮬레이션을 사용해서 조합한 자극물을 제작하여 진즈의 가공에 따른 이미지 평가에 대하여 연구하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 지각자의 성별, 전공과 진즈의 가공에 따른 이미지 평가의 차이를 파악한다.

둘째, 진즈 가공의 매력성에 영향을 미치는 이미지 특성을 조사한다.

셋째, 진즈 가공의 선호에 영향을 미치는 이미지 특성을 조사한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 진즈 가공(Finishing)의 변천

진즈(Jeans)는 진 팬츠의 약어이다. 진의 어원은 쟈(genus 프)으로 이탈리아 제노아의 직물이며 세능면포(細綾綿布) 즉, 가는 능직으로 된 면직물을 말하는데, 진이나 같은 재질의 데님으로 만들어진 팬츠를 진즈라 한다. 청색으로 염색한 것은 블루진이라 한다.<sup>21)</sup>

진즈에 있어서 가공(Finishing)이란 진 제품의 디자인을 결정짓는 세가지 요소(fabric, finish, fit) 중의 하나로, 옷감의 색상과 질감의 효과를 나타내기 위해 워싱, 염색, 코팅 등의 가공을 통해 표현된 전

체의 마무리 느낌을 말한다.<sup>22)</sup>

가공을 거친 데님 의류는 자연스러운 색상의 창출, 즉 오래 입은 것 같은 친근감 표현 외에도 수축률의 조정 및 원단이 가지고 있는 뻣뻣한 촉감을 부드럽게 변화시키고 착용감을 향상시켜 제품의 부가가치를 높여준다.<sup>23)</sup> 이와 같은 진즈가공의 시작은 1853년 리바이 스트라우스(Levi Strauss)가 진을 제조한 이후, 1890년 바스프(Basf)가 청바지 색깔인 청색 합성염료 인디고를 상업화하고, 생산화 하는데 필요한 특허를 획득하면서부터였다. 즉 프랑스의 님즈(Nimes, de nimes=Denim)에서 수입한 내구성이 강한 직물과 인디고가 결합한 것을 시작으로 오늘날까지 진즈를 더욱 감각적으로 만들어주는 가공들이 개발되고 있다.<sup>24)</sup> 1963년에는 'Pre-shrunk'라는 이름으로 제조과정에서 진을 미리 수축시켜 계속 입어도 천이 잘 수축되지 않고 모양이 유지되도록 진을 보완했다.<sup>25)</sup> 1980년 중반부터는 진 자체를 낚고 물이 빠진 것처럼 만드는 각종 가공기법이 일반화되자 진즈의 모양과 색상은 더욱 다양해졌다.<sup>26)</sup> 특히 스톤 워싱(stone-washed)가공이 유행하였는데 이것은 진 의류를 경석(pumice)을 사용하여 세탁하거나 효소를 사용하여 처리한 것으로, 이렇게 처리된 진은 마치 오랫동안 입어왔던 것 같은 모습을 갖게 된다. 1990년대 들어서는 샌드 워싱(sand-washed)<sup>27)</sup>, 페이드 아웃 룩(fade-out look)<sup>28)</sup>, 데미지드 룩(damaged look)<sup>29)</sup> 가공이 진즈의 패션성을 다양하게 해주었다.<sup>30)</sup> 2000년대 들어서 진즈에는 더욱 다양한 가공들이 행하여지고 있는데, 예를 들어 'tie-dye'처럼 가공된 데님이 유행<sup>31)</sup>되기도 했으며, 또한 흡수와 건조력이 탁월한 'Speedry Jeans'이 출시되었는데 이것은 후가공 매직 드라이 가공법을 적용한 진즈로 세탁 후에도 형태보존력이 우수하며, 곰팡이나 악취 제거력 및 정전기 발생에 대한 저항력도 장점으로 꼽혔다.<sup>32)</sup> 한편 멋과 개성을 살려주면서도 보온효과가 뛰어나서 겨울용진으로 적합한, 오일 코팅으로 처리한 코팅진이 개발되기도 하였다. 오버 프레스드 가공(Over Pressed Finish)은 워싱, 염색, 코팅 등의 가공을 거치는 기존의 가공에서 더 나아가, 의도적으로 압착을 오래 주어 새로운 느낌

을 표현했다. 즉 다리미로 눌러서 다림질한 느낌을 진의 표면에 빛 바랜 선으로 드러나게 하여 오래된 듯한 빈티지 컨셉을 색다르게 나타낸다.<sup>33)</sup> 21세기 진의 새로운 룩을 완성시켰다는 미래형 청바지인 엔지니어드 진(Engineered Jeans)은 인체의 다리의 윤곽선에 맞춰 옆선이 '트위스트(Twist)', 즉 비틀어 지도록 재단하여 편안함을 주었을 뿐만 아니라 가공측면에 있어서도 겉으로는 더욱 터프한 느낌이 나고 안으로는 피부에 부드럽게 닿도록 하였다. 한편 진즈 시장에서 최대목표는 클린 룩(clean look)이다. 즉 워싱 공정을 거치지 않고도 고품질의 모양을 갖춘 가장 순수한 형태의 인디고 진을 생산하는 것이다. 이러한 비전을 현실화하기 위해서는 최종제품에 염색공정을 실행함으로써 염료 색상발현을 최적화하고 세탁 후에도 진에 염료가 남아있게 하는 것 등을 가능하게 하는 노하우가 필요하다<sup>34)</sup>고한다. 즉 이와같이 진즈 시장에서는 끊임없는 소비의 창출을 위해 소비자들의 감각을 자극할 수 있는 데님의 가공변화와 디자인의 변화를 끊임없이 추구하고 있다.<sup>35)</sup>

## 2. 의복의 이미지 평가에 영향을 주는 요인

### 1) 의복의 디자인 요소

Davis<sup>36)</sup>는 의복디자인에 사용되는 디자인의 요소를 선, 공간, 형태, 빛, 색채, 재질, 무늬로 보았는데, 이 요소들은 고유의 특징을 가지고 있으며 이것은 다른 어떤 요소에 의해 대체될 수 있는 것이 아니라고 하였다. 또한 모든 요소들은 물리적 시각효과와 심리적 효과의 두 가지 유형을 가지는데 물리적 시각효과는 디자인의 색채, 재질, 형태와 같은 요소와 디자인이 적용된 인체의 형태까지 포함된 효과이며 심리적 효과는 문화적인 영향에 의해 형성되는 것으로 '젊은'이나 '우아한' 분위기 등을 전달하는 효과를 의미한다. 이 두 가지 효과에 의한 전체적인 느낌이 의복이미지라 할 수 있는데 이러한 의복의 이미지는 각 시대별 문화별로 다양하게 나타나므로 당시 사회 문화적 조건을 고려하여 어떤 요소에 의해 이미지가 형성되는가를 파악하는 것은

디자인 요소의 효과적 사용을 위해 필요하다고 하였다. 이와 같은 측면에서 볼 때, 특히 진즈에 있어 가공에 의해 나타나는 이미지는 한가지의 디자인 요소에 의해 설명될 수 없다. 즉 가공에 의해 나타나는 진즈의 이미지는 전체적인 색채감, 재질감, 가공에 의해 나타나는 정형화 되지 않은 무늬감, 형태 이외에도 시대나 문화적 의미가 포함된 복합적인 것이라 할 수 있겠다. 따라서 가공효과와 가장 밀접하게 연관이 있을 디자인 요소인 색채, 재질, 무늬에 따른 이미지 지각에 관한 선행연구 결과들을 살펴보면 다음과 같다.

### (1) 색채

복식디자인에서 색채는 우선적으로 지각되는 요소로서 의복 착용자에 대한 지각과정에서 심리적, 생리적으로 작용하며 색이 가진 이미지에 의해 의복이미지에 영향을 줄 뿐 아니라 계절감도 표현하는 역할을 한다.<sup>37)</sup> 색에 의한 심리적 연상으로서 빨강은 위험, 정열의 느낌을 주며 파랑은 이성적임을 나타내고 녹색보다 품위 있고 고상하다. 검정은 정숙, 침묵, 엄숙을 나타내며 흰색은 소박, 순결, 결백을 나타내며,<sup>38)</sup> 회색은 조용하며 소극적인 이미지를 준다.<sup>39)</sup> 추선행, 김영인<sup>40)</sup>은 패션소재의 색채이미지와 질감에 관한 연구를 하였는데, 그 결과, 색상과 색조는 모두 패션소재의 이미지에 유의한 영향을 미치는 변인이며, 질감 변인으로 선정된 광택, 요철, 두께, 밀도 변인도 패션소재 이미지에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 개성적인 이미지는 색상보다는 색조의 영향이 크며 색채보다는 질감에 의한 영향이 큰 것으로 나타났다. 가벼운 이미지는 색채에 의한 영향이 큰 이미지로 나타났다. 김윤경, 강경자<sup>41)</sup>의 연구에서는 의복 스타일에 관계없이 유채색보다 무채색 의복이 매력적으로 지각되어 스타일보다 의복 색의 영향이 큰 것으로 나타났다.

### (2) 재질

인간의 촉각, 시각 등에 의하여 생겨나는 재질감은 디자인의 감각적인 요소로 재질감에 따른 느낌과 효과에 의해서 심리적인 반응을 불러일으키게

한다. 예를들어 재질은 의복에 의해서 고상한, 혹은 쾌활한 분위기를 전달할 수 있다.<sup>42)</sup> 권은주<sup>43)</sup>는 질감의 지각과 이미지 전달기능에 관한 연구에서 질감은 감각 체험으로 형성된 추상적이며 정신적인 요소이기 때문에 논리적인 체계화나 일반화에 한계가 있으나, 생명력있는 표면성을 지녀 시각표현을 위한 가능성을 부여하고 감각적 설득력을 가지므로써 이미지 전달에 추진력을 주는 에너지라 하였다. 김희정, 이경희<sup>44)</sup>는 의복자극물과 제시방법에 따른 시각적 평가에 대해서 연구하였다. 그 결과, 레이스면으로 된 의복자극물이 보다 특이하고 소재감이 있으며 비치는 현시적인 이미지를 나타내며 소재의 시각적 특성이 두드러지지 않는 무지면은 보다 용모 단정한 이미지를 나타내었다. 이미연, 이명희<sup>45)</sup> 연구에서도 상의와 하의가 모두 무문직으로 만들어진 웨딩드레스인 경우 단정하고 수수하게 되었다. 한편 상의와 하의가 모두 레이스로 만들어진 웨딩드레스는 가장 단정하지 않은 이미지로 지각되었는데, 이것은 레이스 자체가 편성의 원리에 의해 만들어져 얇고 구멍이 뚫린 형태이며 장식성이 강한 옷감이기 때문인 것으로 해석되었다. 추선행, 김영인<sup>46)</sup>의 연구에서는 얇고 성근소재는 우아하고 가벼운 이미지로 나타났으며, 광택이 없으며 촘촘한 소재는 편안한 이미지로 나타났는데 이것은 실용적인 면이 편안함과 함께 인식된 것으로 해석되었다. 또한 불규칙, 규칙 요철의 소재는 개성적 이미지를 가장 잘 나타내주는 변인으로 나타났으며 광택이 있고 평평하고 촘촘한 소재는 단순한 이미지로 나타났다. 노의경, 유효선<sup>47)</sup>은 면직물의 동일색채에서 다양한 질감에 대한 시각적 지각을 규명하였는데, 그 결과 조직이 시각적 지각 효과에 뚜렷한 효과를 주는 것으로 나타났다. 즉 두께가 두꺼울수록 따뜻하게 지각되었고, 무게가 무거울수록 강경하고 따뜻하게 지각되는 것으로 나타났다.

### (3) 무늬

오승희<sup>48)</sup>는 추상적 무늬를 중심으로 의상디자인에 나타난 문양들이 정서에 미치는 영향을 살펴본 결과 모티브의 형태, 크기, 배경면적의 크기, 모티브

의 배열상태 또는 배경의 흑백여부에 따라 다른 정서를 느끼며 문양의 지각에서도 선형적인 고정관념이 있다고 하였다. 박금옥<sup>49)</sup>은 색채와 무늬에 따른 직물의 시각적 이미지 연구에서 직물무늬 이미지는 품위성, 경직성, 경량성, 단정성, 복합성의 5개 요인으로 구성되며 그 중 품위성과 경직성 요인이 무늬간에 현저한 차이를 나타내고 특히 꽃무늬가 가장 품위 있는 것으로, 무늬 없는 것이 가장 경직된 것으로 나타났다고 하였다. 김윤경, 이경희<sup>50)</sup> 연구에서는 의복무늬의 감성을 평가하는데 있어 고급감은 의복무늬가 가지는 내재적 특성과 그것으로 인해 의복전체로 표현되어지는 이미지와 연관이 있는 것으로 나타났다.

## 2) 지각자의 성별과 전공

같은 의복이라도 지각자에 따라 다르게 지각될 수 있다. 그 이유는 지각자는 나뉠대로의 흥미, 내적 요구, 기대가 다르고 또한 독특한 과거경험에 따라 판단기준이 다르며 지각하는 방법과 수준이 다르기 때문이다.<sup>51)</sup> 그러므로 지각자의 특성인 성별, 연령, 전공, 가치관 등은 이미지 지각 평가에 영향을 미치게 되는데, 본 연구와 관련이 있는 지각자의 성별과 전공에 따른 연구 결과를 살펴보면 다음과 같다.

김인숙, 신소진<sup>52)</sup>은 신체노출을 달리한 남성 케주얼 복장에 대한 남·녀 대학생의 인상형성에 대하여 연구하였는데, 특히 성적자극성 요인에서 스파텍스 바지를 제외한 바지 스타일에 대해서 남성이 여성보다 높은 점수를 주어 남성이 대체로 여성보다 성적자극성을 높게 지각하는 경향이 있으나 하의의 밀착이 아주 심한 스타일에 대해서는 여성이 성적자극성을 높게 지각하는 경향이 있는 것으로 나타났다. Lubner-Rupert와 Winakor<sup>53)</sup>는 기혼부부를 대상으로 남녀의 의복 평가를 하도록 한 연구 결과에서 상대성의 의복에 보다 후한 평가(아름답다, 단정하다, 매력적이다)를 하여 지각자는 이성의 의복에 대해 보다 관대하게 평가하는 경향이 있다 하였다.

이현화, 박찬부<sup>54)</sup>의 연구에서는 여자한복 착용자에 대한 인상형성시 지각자변인(성별, 전공)은 의복 착용자의 인상에 영향을 미쳤으며, 특히 지각자변인

중 성별에서는 여자가, 전공에서는 인문계가 의복단서들에 더욱 민감한 반응을 보였다. 또한 지각자의 변인에 따라서 인상요인에 대한 의복단서의 유의한 영향이 달리 나타나 성별에서는 치마 색상이, 전공에서는 색상조화가 각각의 지각자 변인들과 상호작용하여 인상효과에 더 많은 영향을 미쳤다고 하였다. 이경희<sup>55)</sup>의 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구에서, 지각자의 의류학 전공여부에 따른 실루엣 평가는 차이를 보였다. 즉 H-line은 편안성 요인, 경연성 요인에서 전공여부에 따라 유의적인 차이를 나타내어 전공집단이 비전공집단 보다 H-line을 실용적, 이성적, 남성적 이미지로 평가하고 있는 반면, 비전공 집단은 심미적, 감정적, 여성적 이미지로 평가하였다. 또한 전반적인 결과에서 의복에 대해 많이 알고 있는 집단이 비전공집단보다 의복 형태를 분별력 있게 평가하는 것으로 나타났다. 즉 비전공집단은 전공집단에 비하여 의복에 대한 지식이 부족하기 때문에 여성복이라는 의복자극물 형태에 관련되어서 습관적 반응으로 평가를 하고 있는 반면, 전공집단은 사실에 입각하여 평가하고자 하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

지금까지 가공효과와 가장 밀접 되게 연관이 있을 색채, 재질, 무늬와 지각자의 성별과 전공에 따른 이미지 지각에 관한 선행연구 결과들을 볼 때 각각의 변인들은 독립변인으로 혹은 상호작용하여 의복의 이미지 지각에 영향을 주는 것으로 나타났다.

## 3. 의복의 매력성에 영향을 주는 요인

인간이 의복을 입기 시작한 동기 중 하나가 남성과 여성 모두 이성의 주의를 끌기 위하여 몸을 가리거나 눈에 띄는 장식을 하기 위해 비롯되었다.<sup>56)</sup> 는 설이 있을 만큼 인간은 과거로부터 자신의 외모 매력성을 높이기 위해 의식적으로 또는 무의식적으로 노력해 왔다. 오늘날 신체와 함께 개인의 외모 매력성을 높이기 위한 보편적인 수단은 의복이라 할 수 있다. 의복은 개인간의 사회적 상호작용 시 상징적인 의미를 지님으로써, 낯선 사람에 대한 첫 인상 형성에서 중요한 평가기준으로 작용한다.<sup>57)</sup>

원래 진즈는 실용성을 강조한 노동복으로 이러한

매력성과는 무관한 아이টে이였지만, 유행의 흐름에 따라 현대패션의 자유분방한 창조성이 투여됨으로써 성적 매력성을 표현하게 되었다.<sup>58)</sup> 특히 오늘날 진즈는, 신체의 섹시한 부분을 자유롭게 이용하는 광고에 의해 그 섹시함을 더 나타내게 되었다. 신체를 숨기는 옷, 주목을 끌지 않는 옷을 대신해 더 촉감적으로 바로 더 성적인 느낌을 전달하는 옷으로 나타내고 있다. 또한 많은 함축적 이미지를 개인의 기호에 따라서 해석 가능케 만들기 때문에 거기서 표현된 진즈 패션의 이미지는 청순한 소년, 소녀에서 매우 관능적인 모습까지 변화가능케 하고 있다. 다른 한편으로 광고에서 표현된 진즈 패션 이미지는 인간의 젊음을 육체 숭배로까지 이어지게 하여 자신에 대한 끊임없는 관심을 유도한다. 자신의 이미지를 가공하거나 그런 이미지를 위해 노력하도록 자극하는 젊음 지향의 이미지를 내포하기도 하였다.<sup>59)</sup> 더욱이 오늘날 진즈는 데님의 기본속성인 실용성과 함께 최신 유행의 패션감각을 표현할 수 있는 각양 각색의 가공법이 개발되면서 진즈를 통한 매력성을 표출할 수 있는 기회는 더욱 증대되고 있다.

실제적으로 고애란<sup>60)</sup>의 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이 연구에서도 성적 매력이미지가 청바지의 구매의도를 설명할 수 있는 가장 중요한 변수로 나타났다. 김미수, 이경희<sup>61)</sup>의 연구에서도 섹시하다, 세련되다, 도시적이다, 멋지다 등의 이미지를 포함하는 개성요인과 대중성 요인이 패션진의 구성요인에 있어서 중요한 차원으로 나타났다. 본 연구에서는 이러한 진즈 가공의 매력성에는 구체적으로 어떠한 이미지가 가장 영향을 주는 지 밝히고자 한다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 측정도구

##### 1) 자극물

##### (1) 자극물의 선정

연구방법은 질문지에 의한 준실험방법을 사용하

였으며, 피험자간(between-subject) 설계가 실시되었다.

본 실험에서 평가될 진즈 가공 종류의 결정은 2002년 2월 1일에서 7일까지 미국의 대표적인 6개 진 브랜드<sup>62)</sup>의 온라인 스텍에 게재된 여성용 진즈 119개 사진의 디자인 요소 분석 결과<sup>63)</sup>에 의해서였다. 즉 디자인요소 분석 결과표 중 가공에 있어서 출현빈도율이 높았던 3가지 가공, 즉 'stone wash'와 'faded wash'가 선택되었고, 당시 크게 유행되고 있던 워싱가공의 느낌이 나지 않는 'indigo blue'가 선택되었다. 또한 출현빈도율은 낮았지만 'tie-dye' 같은 느낌이 나도록 패션너블(fashionable)하게 가공한 'shattered wash'를 선정하였다. 본 연구에서 'stone wash'는 진즈를 경석(pumice)을 사용하여 세탁하거나 효소를 사용하여 처리한 것으로, 이렇게 처리된 진즈는 전체적으로 마치 오래동안 입어왔던 것 같은 모습을 갖게 된다. 'faded wash'는 인디고 블루 진즈에 규토(silica sand)를 사용해 허벅지 앞 부분과 바지의 둔부에 처리를 해 부분 탈색 효과가 나게 한 가공이다.

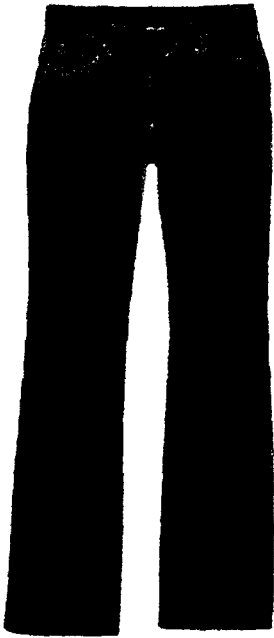
#### (2) 자극물 제작 방법

1단계: 자극물의 형태는 디자인요소분석 결과에서 가장 출현빈도율이 높았던 'boot cut' 실루엣<sup>64)</sup>을 선정하였다. 즉 온라인 스텍에 게재된 'boot cut' 실루엣의 진즈 중 가장 정면으로 제시된 것을 선택해서 스캐닝(scanning)한 후 이미지를 컴퓨터에 입력하였다.

2단계: 앞에서 언급한 4가지 가공효과를 나타내는 진즈를 각각 스캐닝하여 컴퓨터에 입력하였다.

3단계: 2단계에서 입력된 가공효과를 포토샵 프로그램을 이용하여 1단계에서 선정된 진즈의 실루엣에 시뮬레이션(simulation)하여 합성의복자극물을 완성하였다. 합성의복자극물에서 이미지 전달에 영향을 미칠 수 있는 머리, 얼굴부분과 상의, 신발 부분은 제외된 상태이다.

완성된 자극물의 배경색은 흰색으로 통제시켰다. 완성된 자극물의 수는 4가지이며 이와같은 자극물을 5 x 10cm 사진으로 칼라프린터를 사용하여 출



<그림 1> indigo blue Jeans 자극물



<그림 2> faded wash Jeans 자극물



<그림 3> stone wash Jeans 자극물



<그림 4> shattered wash Jeans 자극물

력하였다. <그림 1>은 'indigo blue' 진즈, <그림 2>는 'faded wash'된 진즈의 자극물 모습이다. <그림 3>은 'stone wash'된 진즈, <그림 4>는 'shattered wash'된 진즈의 자극물 모습이다.

2) 의미미분척도의 형용사쌍 선정

진즈의 이미지 평가에 사용된 의미미분척도의 문항은 예비조사의 실시와 선행연구<sup>(65)~(68)</sup>에서 사용한 용어를 참고하여 선정하였다. 예비조사는 30명의 남녀 대학생들을 대상으로 진즈의 이미지를 나타내는 형용사에 대하여 제한 없이 자유응답식으로 서술하도록 하였다. 수집된 용어는 반복되어 나타나는 용어를 추출하면서 조사에 부적절하다고 판단되는 것들을 제외시켜, 총 19개의 형용사 쌍을 선정하였다. 각 형용사는 7점 양극 형용사쌍으로 구성하였다. 질문지는 진즈 자극물과 함께 이미지 지각을 측정하는 의미미분척도 문항을 포함하였다.

2. 자료수집 및 자료분석

피험자는 미국 L.A 지역의 남녀 대학생 96명으로 구성되었다. 각 자극물에 남녀 각각 12명씩 반응하도록 하였으며, 피험자는 조사원이 제시하는 자극물의 사진을 보고 각 쌍의 형용사에 대하여 자극물에서 받은 이미지와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 표시하도록 지시받았다. 피험자가 응답한 설문지는 응답이 끝나는 즉시 회수되었다. 통계분석방법은 삼원변량분석, Duncan의 다중범위검증, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 지각자의 성별, 전공과 진즈의 가공에 따른 이미지 평가의 차이

진즈에 대하여 지각자의 성별, 전공과 가공에 따

<표 1> 지각자의 성별, 전공과 진즈 가공에 따른 이미지 평가의 차이

분항	주효과			이원 상호작용효과			삼원 상호작용효과
	성별(A)	전공(B)	가공(C)	A x B	A x C	B x C	A x B x C
	df=1	df=1	df=3	df=1	df=3	df=3	df=3
단정한 - 단정하지 않은	.65	.86	1.31	.38	1.40	.48	1.91
개성적인 - 평범한	.93	.81	3.92*	.09	1.19	.97	1.11
여성적인 - 남성적인	1.68	.32	2.15	.07	.45	.52	.16
매력적인 - 매력이 아닌	1.89	.32	4.42**	.00	.17	.18	.44
활동적인 - 비활동적인	.03	.24	3.50*	.11	.83	.26	.21
화려한 - 수수한	.15	.03	2.83*	.00	1.38	.74	.60
발랄한 - 점잖은	.04	1.46	2.11	.18	.11	.28	.23
우아한 - 우아하지 않은	10.18**	.00	1.77	.08	.39	.55	1.03
눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	1.21	.01	.98	.62	1.11	.25	1.57
세련된 - 촌스러운	5.36*	.97	.58	1.40	1.12	1.74	.24
사교적인 - 비사교적인	.83	1.11	1.91	1.37	1.86	.11	3.27*
현대적인 - 고전적인	.09	.31	2.28	.46	.62	.70	.14
부드러운 - 딱딱한	.00	9.02**	.33	.11	.82	1.47	.83
값비싼 - 값싼	1.82	.00	1.77	2.71	.20	.37	.48
밝은 - 어두운	1.41	.47	1.15	.24	.76	2.75*	.08
내가 좋아하는 - 내가 싫어하는	.00	1.75	.47	1.18	.29	1.61	.61
성적 매력이 있는-성적 매력이 없는	.00	.83	2.63	.76	.67	1.85	.20
자연스러운 - 어색한	1.41	.00	1.88	.02	1.58	.15	.04
시원한 - 답답한	.94	.00	.20	.88	.53	.83	.89

\*p<.05 \*\*p<.01



른 이미지 평가의 차이를 조사하기 위하여 삼원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 1>, <표 2>와 같다.

<표 1>에서 주효과를 보면 지각자의 성별에 따라 우아한, 세련된 이미지가 유의한 차이를 보였다. <표 2>에서 평균치를 보면 남자는 여자보다 여성용 진즈에 대하여 우아한, 세련된 이미지를 더 높게 평가하였다. 이와같은 결과는 Lubner-Rupert와 Winakor<sup>69)</sup>의 연구에서 지각자는 이성의 의복에 대해 보다 관대하게 평가하는 경향이 있다는 의견과 일맥상통한다고 볼 수 있겠다.

지각자의 전공에 따라 부드러운 이미지는 유의한 차이를 보여, 비디자인 계열이 디자인 계열보다 진즈를 부드러운 이미지로 평가하였다. 이것은 비디자인 계열의 전공자가 디자인 계열의 전공자보다 보수적인 성향을 가지므로 진즈를 비격식차림으로 간주해 부드러운 이미지로 평가했다고 해석된다.

가공에 따른 차이를 보면 개성적인, 매력적인, 활동적인, 화려한 이미지에서 유의한 차이를 보였다.

<표 2>에서 Duncan의 다중범위검증을 기초로, 가공에 따른 진즈 이미지 평가의 평균치를 비교해 보면 개성적인 이미지는 shattered wash와 faded wash가 가장 높았고, stone wash가 가장 낮았으며, 매력적인 이미지는 stone wash가 shattered wash, faded wash와 indigo blue보다 낮았다. 활동적인 이미지는 shattered wash와 indigo blue가 높았고 stone wash는 가장 수수한 이미지로 평가되었다.

전체적으로 shattered wash가 가장 개성적이며 매력적이고 활동적이면서 화려한 이미지로 평가되었는데 이것은 shattered wash가 기존의 일반적인 가공과는 달리 tie-dye한 느낌의 패션성을 지녔기 때문으로 해석된다. faded wash는 가장 매력적인 이미지로 평가되었는데 이것은 인디고 블루 진즈에 규토(silica sand)를 사용해 허벅지 앞부분과 바지의 둔부에 처리를 해 부분 탈색 효과가 나게 한 가공으로 진즈에 있어서 성적매력과 멋스러움을 주었기 때문으로 평가된다. stone wash는 가장 평범하고 매력적이지 않으며 수수한 이미지로 평가되었는데 이

<표 2> 지각자의 성별, 전공과 진즈 가공에 따른 이미지 평가의 평균치

문항	성별		전공		가공			
	남	여	디자인 계열	비디자인 계열	indigo blue	faded wash	stone wash	shattered wash
단정한 - 단정하지 않은	5.02	4.70	4.98	4.73	5.16	4.79	5.16	4.33
개성적인 - 평범한	3.97	4.22	4.06	4.15	3.91 ab	4.33 a	3.20 b	4.95 a
여성적인 - 남성적인	5.29	4.81	5.14	4.95	4.95	5.45	4.37	5.41
매력적인 - 매력적이 아닌	5.18	4.72	5.06	4.84	5.08 a	5.54 a	3.91 b	5.29 a
활동적인 - 비활동적인	4.66	4.62	4.78	4.50	4.79 a	4.62 ab	3.79 b	5.37 a
화려한 - 수수한	4.08	4.18	4.18	4.08	4.29 ab	4.12 ab	3.41 b	4.70 a
발랄한 - 점잖은	4.95	4.89	5.16	4.67	5.08	4.79	4.37	5.45
우아한 - 우아하지 않은	3.64	2.54	3.06	3.13	3.62	2.79	2.58	3.37
눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	4.20	3.75	3.96	4.00	4.12	4.04	3.50	4.25
세련된 - 촌스러운	4.27	3.58	4.04	3.80	4.29	3.83	3.87	3.70
사교적인 - 비사교적인	5.31	5.43	5.50	5.23	5.62	5.79	5.25	4.83
현대적인 - 고전적인	5.37	5.27	5.40	5.23	5.33	5.95	4.62	5.37
부드러운 - 딱딱한	4.33	4.27	3.88	4.76	4.50	4.37	4.16	4.16
값비싼 - 값싼	4.29	3.83	4.06	4.06	4.25	4.25	3.41	4.33
밝은 - 어두운	4.16	3.81	3.84	4.15	3.62	4.29	4.25	3.79
내가 좋아하는 - 내가 싫어하는	4.85	4.83	5.08	4.58	5.04	5.04	4.54	4.75
성적 매력이 있는-성적 매력이 없는	4.58	4.56	4.74	4.39	4.83	5.04	3.70	4.70
자연스러운 - 어색한	4.41	4.75	4.54	4.63	4.83	4.66	4.83	4.00
시원한 - 답답한	5.04	5.29	5.22	5.10	5.08	5.20	5.04	5.33

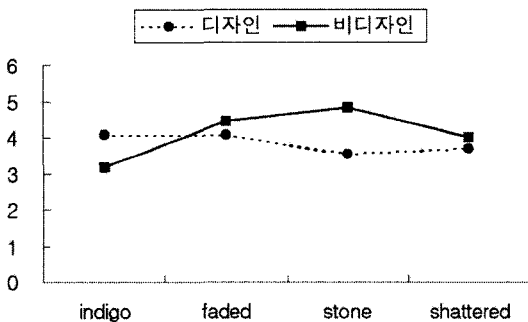
a ~ b : Duncan's multiple range test

것은 1980년대부터 진즈에 일상적으로 해운 가공이므로 지각자들에게 무난한 이미지로 받아들여진 것으로 해석된다.

〈표 1〉에서 상호작용효과를 볼 때 밝은 이미지는 전공과 가공에 따른 상호작용효과가 있었으며 그 평균치와 상호작용형태는 〈표 3〉, 〈그림 5〉와 같다. 디자인 계열의 전공자는 가공에 따라 밝은 이미지 지각에 큰 차이를 나타내지 않았으나 비디자인 계열의 전공자는 stone wash를 indigo blue 가공보다 밝은 이미지로 지각하였다. 이것은 비디자인 계열의 전공자인 경우, 당시 indigo blue 진즈의 유행<sup>70)</sup>에 상관없이 진즈의 가공에 의해 나타나는 색에 반응한 결과라고 볼 수 있겠다. 즉, stone wash는 진즈를 경석(pumice)을 사용하여 세탁하거나 효소를 사용하여 처리한 것으로 전체적으로 마치 오래동안 입어서 물이 빠진 듯한 밝은 톤의 진즈의 모습인데 비하여 indigo blue는 어두운 군청색의 진즈 모습이므로 어두운 이미지로 지각한 것으로 보여진다.

〈표 3〉 밝은 이미지에 대한 전공과 가공에 따른 평균치

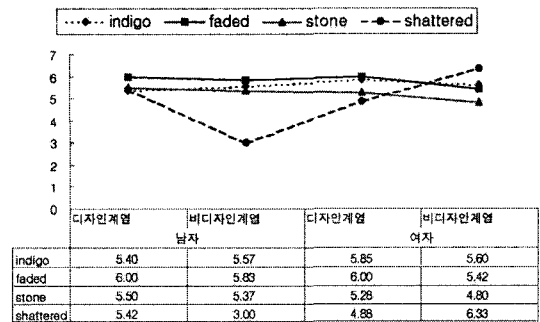
전공 \ 가공	indigo blue	faded wash	stone wash	shattered wash
디자인 계열	4.08	4.09	3.54	3.68
비디자인 계열	3.16	4.46	4.84	4.00



〈그림 5〉 밝은 이미지에 대한 전공과 가공에 의한 상호작용형태

사교적인 이미지는 3개 변인에 따른 상호작용효과가 있었으며 그 형태와 평균치는 〈그림 6〉과 같다. 남자는 여자에 비해 전공에 따라 가공을 다르게 지각하였다. 특히 비디자인 계열 전공의 남자는

shattered wash를 나머지 세 가공에 비하여 사교적 이미지가 아주 낮은 것으로 평가하였다. 이것은 보수적인 성향의 비디자인 계열 전공의 남자가 tie-dye 느낌으로 가공된 패션성이 강한 이미지의 shattered wash 진즈를 대인관계에서 접잡지 못한, 비사교적인 이미지로 평가해서 나온 결과라고 사료된다.



〈그림 6〉 사교적인 이미지에 대한 성별, 전공과 가공에 의한 상호작용형태

## 2. 진즈의 가공의 매력성에 영향을 주는 이미지 분석

매력성에 영향을 주는 이미지가 무엇인지를 알아보기 위하여 '매력적인-매력적이 아닌' 문항을 종속변인으로 하여 매력성에 대한 다중회귀분석을 step-wise 방법으로 실시하였으며, 그 결과는 〈표 4〉와 같다.

다중회귀 분석 시에 다중공선성(multicollinearity)이 문제되므로 독립변인이 어느 정도 서로 독립적인지를 알아보기 위하여 Durbin-Watson 계수를 조사하였는데 D-W 계수가 1.65~2.34 이었다. 이것은 임계치 1.28~2.35 사이의 값에 해당되므로<sup>71)</sup> 다중공선성이 문제되지 않음을 알 수 있다.

남자 지각자의 진즈의 가공에 따른 이미지평가에서 매력성에 영향을 준 항목은 '화려한', '여성적인'의 순이었고 2개 변인의 설명력은 77.5%였다. 여자 지각자의 진즈의 가공에 따른 이미지 평가에서 매력성에 영향을 준 항목은 '성적매력이 있는', '눈에 띄지 않는', '여성적인'의 순이었으며 3개 변인의 설명력은 68.6%였다. 즉 여성용 진즈의 가공이미지

<표 4> 매력성 문항에 대한 다중회귀분석

문항	남자		여자	
	베타	t	베타	t
개성적인 - 평범한	-	-	-	-
여성적인 - 남성적인	.335	3.505***	.324	2.562*
활동적인 - 비활동적인	-	-	-	-
화려한 - 수수한	.352	2.704**	-	-
발랄한 - 점잖은	-	-	-	-
눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	-	-	-.330	-2.897**
세련된 - 촌스러운	-	-	-	-
성적 매력이 있는-성적 매력이 없는	-	-	.360	2.343*
자연스러운 - 어색한	-	-	-	-
R <sup>2</sup>	.775		.686	
F	14.529***		9.246***	
D - W 계수	1.646		2.341	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

평가에 있어서 남자에게는 화려한 이미지가 매력성에 가장 큰 영향을 주었으며, 여자에게는 성적매력이 있는 이미지가 가장 큰 영향을 주는 특성임을 알 수 있었다. 한편 여성스러운 이미지는 남자나 여자에게 있어서 공통적으로 매력성에 영향을 주는 변인으로 나타나 매력적인 여성용 진즈 개발에 있어 간과해서는 안 될 이미지로 나타났다.

### 3. 진즈 가공의 선호에 영향을 주는 이미지 분석

선호에 영향을 주는 이미지가 무엇인지를 알아보기 위하여 '내가 좋아하는-내가 싫어하는' 문항을 종속변인으로 하여 선호에 대한 다중회귀분석을 step-wise 방법으로 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> 선호에 영향을 주는 이미지에 대한 다중회귀분석

문항	남자		여자	
	베타	t	베타	t
단정한 - 단정하지 않은	-	-	.361	3.554***
개성적인 - 평범한	-	-	-	-
여성적인 - 남성적인	-	-	-	-
매력적인 - 매력적이 아닌	-	-	-	-
활동적인 - 비활동적인	-.551	-3.108**	-	-
화려한 - 수수한	-	-	-	-
발랄한 - 점잖은	-	-	-	-
눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	-	-	-	-
세련된 - 촌스러운	-	-	-	-
값비싼 - 값싼	-	-	-	-
성적 매력이 있는-성적 매력이 없는	.391	2.693*	.730	4.971***
자연스러운 - 어색한	.309	2.358*	-	-
시원한 - 답답한	-	-	-	-
R <sup>2</sup>	.730		.816	
F	7.082***		11.597***	
D - W 계수	1.770		2.086	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

다중회귀 분석 시에 다중공선성(multicollinearity)이 문제되므로 독립변인이 어느 정도 서로 독립적인지를 알아보기 위하여 Durbin-Watson 계수를 조사하였는데 D-W 계수가 1.65~2.34 이었다. 이것은 임계치 1.77~2.08 사이의 값에 해당되므로 다중공선성이 문제되지 않음을 알 수 있다.

남자 지각자의 진즈의 가공에 따른 이미지평가에서 선호에 영향을 준 항목은 '비활동적인', '성적매력이 있는', '자연스러운'의 순이었고 3개 변인의 설명력은 73%였다. 즉 남자는 여성용 진즈의 가공이미지 평가에 있어서, 진즈 본래의 기능인 편안하고 활동적인이미지가 아닌, 성적매력이 있으면서 자연스러운 이미지가 선호에 가장 영향을 주는 것으로 나타났다. 특히 '비활동적인' 이미지가 선호에 큰 영향을 준 것은 남자 지각자들이 본인의 진즈를 생각한 것이 아니고 여성들의 진즈를 피상적으로 생각해 온 결과가 아닌가 생각된다. 여자 지각자의 진즈의 가공에 따른 이미지 평가에서 선호에 영향을 준 항목은 '성적매력이 있는', '단정한'의 순이었으며 2개 변인의 설명력은 81.6%였다. 이와같은 결과에서, 여자에게는 진즈 가공의 매력성 뿐만 아니라 선호에 있어서도 '성적매력이 있는' 이미지가 가장 큰 영향을 주는 특성임을 알 수 있었다. 이러한 결과는 고애란<sup>72)</sup>의 연구에서 성적 매력이미지가 청바지의 구매의도를 설명할 수 있는 가장 중요한 변수로 나타났고, 김미수, 이경희<sup>73)</sup>의 연구에서도 섹시한 이미지가 패션진의 구성요인에 있어서 중요한 차원 중의 하나로 나타난 결과를 지지하는 내용이라 할 수 있겠다. 또한 이것은 미국의 여성 소비자도 국내 여성 소비자와 마찬가지로 진즈 구매 시 성적매력 이미지를 중요시 하는 것으로 해석 될 수 있겠다.

## V. 결론

본 연구는 진즈의 가공, 지각자의 성별, 전공에 따라 진즈의 이미지 평가의 차이를 조사하는데 그 목적이 있었다. 피험자는 미국 L. A. 지역의 남녀 대학생 96명이었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 지각자의 성별에 따라 우아한, 세련된 이미지가 유의한 차이를 보여, 남자는 여자보다 진즈에 대하여 우아한, 세련된 이미지를 더 높게 평가하였다. 지각자의 전공에 따라 부드러운 이미지는 유의한 차이를 보여, 비디자인 계열이 디자인 계열보다 진즈를 부드러운 이미지로 평가하였다. 가공에 따라서는 개성적인, 매력적인, 활동적인, 화려한 이미지에서 유의한 차이를 보였다. 전체적으로 shattered wash가 가장 개성적이며 매력적이고 활동적이면서 화려한 이미지로 평가되었고, stone wash는 가장 평범하고 매력적이지 않으며 수수한 이미지로 평가되었다.

둘째, 밝은 이미지는 전공과 가공에 따른 상호작용효과가 있었다. 디자인 계열의 전공자는 가공에 따라 밝은 이미지 지각에 큰 차이를 나타내지 않았으나 비디자인 계열의 전공자는 stone wash를 indigo blue 가공보다 밝은 이미지로 지각하였다.

셋째, 사교적인 이미지는 지각자 성별, 전공과 가공에 따른 삼원상호작용효과가 있었는데, 특히 비디자인 계열 전공의 남자는 shattered wash를 나머지 세 가공에 비하여 사교적 이미지가 아주 낮은 것으로 평가하였다.

넷째, 여성용 진즈의 가공이미지 평가에서 '매력성'에 가장 큰 영향을 주는 것은 남자에게는 '화려한' 이미지가, 여자에게는 '성적매력이 있는' 이미지인 것으로 나타났다. 한편 '여성스러운' 이미지는 남자나 여자에게 있어서 공통적으로 매력성에 영향을 주는 변인으로 나타나 매력적인 여성용 진즈 개발에 있어 간과해서는 안 될 이미지로 나타났다.

다섯째, 여성용 진즈의 가공이미지 평가에서 '선호'에 가장 영향을 주는 것은 남자에게는 진즈 본래의 기능인 편안하고 활동적인 이미지가 아닌, 성적매력이 있으면서 자연스러운 이미지가, 여자에게는 '성적매력이 있는', '단정한' 이미지 순으로 영향을 주었다.

여성지각자에 있어서 진즈 가공의 이미지 평가에서 '매력성'과 '선호'에 가장 영향을 주는 것은 '성적매력이 있는' 이미지로, 여성(미국 여대생)들은 성

적 매력이 있는 이미지의 진즈를 매력적으로 생각하며 실제로 본인이 진즈를 구입할 때도 그러한 이미지를 고려해서 선택하는 것으로 나타났다.

연구 전반에 걸쳐 여성용 진즈의 가공에 따른 이미지에 대해 성별과 전공에 따라 차이를 보였는데 우선, 성별에 있어서 남성은 여성용 진즈에 대해 여성보다 호의적으로 반응하는 편이었다. 또한 남성지각자 측면에서 여성용 진즈 매력성에 가장 큰 영향을 줄 것으로 기대되었던 '성적매력이 있는' 이미지는 오히려 여성 지각자 자신들의 입장에서 생각하는 매력성에 가장 큰 영향을 주었다. 한편 남성은 '화려한' 이미지를 여성용 진즈 매력성에 가장 큰 영향을 주는 이미지로 생각하는 것으로 나타났는데, 이것은 남성이 직접적으로 성적매력을 느끼게 하는 이미지의 진즈보다는 화려한 이미지의 진즈를 착용한 여성에게 더 호감을 느끼고 매력을 느끼는 것으로 해석된다. 또한 전공에 있어서, 특히 비디자인 계열의 남자 전공자는 가공으로 인해 지나치게 패션너블한 이미지를 주는 여성용 진즈에 대해 대인관계에서 점잖지 못한, 비사교적인 이미지로 인식하는 것으로 나타났는데 이것은 우리나라보다 자유분방한 미국사회에서도 비디자인 계열 남자 전공자가 비디자인 계열 여자 전공자와 디자인 계열 남녀 전공자 보다 보수적인 성향을 지니기 때문으로 해석된다.

전체적인 결과로 볼 때, 대미 진즈 수출업체에서는 여성용 진즈 디자인 개발 시 미국여성의 체형과 현재 패션 트렌드를 반영한 패턴뿐만 아니라 가공에 있어서도 여성 자신들을 위한 성적매력 이미지를 표현해 줄 수 있는 효과, 남성에게 매력을 줄 수 있는 화려한 이미지를 나타낼 수 있는 가공효과를 다양한 측면에서 개발하여 진즈에 적용시키는 것이 필요하다고 사료된다. 또한 여성 소비자 입장에서는 대인관계에 있어서 지나치게 패션너블한 진즈는 부정적인 인상을 줄 수 있으므로 상황에 맞는 진즈 연출이 필요하다고 하겠다.

본 연구의 제한점은 표본 수가 적고, 사진의 진즈 가공효과가 실제 진즈에 나타난 가공과는 다르게 보일 수 있으므로 연구결과와 확대 해석에 신중

을 기해야 할 것이다. 본 연구는 미국의 대학생을 대상으로 진즈의 가공에 따른 이미지 평가 연구를 하여 대미 진즈 수출업체에는 도움이 되겠다. 그러나 국내 소비자를 대상으로 한 진즈 가공의 이미지 연구는 아직 없으므로 후속연구에서는 국내 진즈 시장에서의 디자인 개발에도 도움이 될 수 있는 진즈 가공의 이미지에 대한 연구가 체계적으로 이루어져야 하겠다.

## 참고문헌

- 1) 박성희(2004, 9. 19). 청바지, 한국경제, 자료검색일 2005, 8. 8, 자료출처 <http://market.hankyung.com>
- 2) Workman, J. E. (1988). Trait Inferences Based on Perceived Ownership of Designer, Brand Name, or Store Brand Jeans. *Clothing and Textiles Research Journal*, 6(2), pp. 23-29.
- 3) 고애란 (1994). 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구 이미지 및 의복태도의 차이 연구. *한국의류학회지*, 18(2), pp. 263-272.
- 4) 전경숙 (1996). 미국산 청바지 구매에 관한 소비자 태도 분석. *복식*, 28, pp. 225-237.
- 5) 이주영, 이선재 (1996). 신세대 여성의 진바지 착용태도와 정보원 활용에 관한 연구. *한국의류학회지*, 20(2), pp. 336-349.
- 6) 홍희숙 (1999). 진 의류광고의 에로티시즘과 매력성 지각 수준에 따른 광고 선호도 및 광고 제품 구매의도의 차이. *복식*, 42, pp. 113-125.
- 7) 김철순, 이훈자 (1999). IMF 이후의 신세대 진바지 소비자의 브랜드 인지도, 이미지 및 추구이 이미지를 중심으로한 진의류 시장 분석. *한국의류학회지*, 23(3), pp. 447-458.
- 8) 윤지현, 서미아 (2000). 의복소평성향에 따른 진바지 구매행동 연구: 서울지역 고등학생을 중심으로. *한국의류학회지*, 50(7), pp. 219-233.
- 9) 박원선, 이선재 (1999). 청바지의 착용태도 및 구매행동에 관한 마케팅적 연구. *복식*, 43, pp. 109-124.
- 10) 노은희, 황춘섭 (1999). 진의류의 상표충성도에 따른 점포선택행동과 정보원 사용의 차이. *복식*, 49, pp. 125-136.
- 11) 광영식, 이진화 (2002). 청바지 제품 세분시장 내 가격-품질 평가집단 추출에 관한 연구: 결합분석과 mixture model를 이용하여. *한국의류학회지*, 26(11), pp. 1605-1614.
- 12) 박혜정, 신은주, 정혜영 (2004). 대학생의 의류소평성향과 청바지 구매 시 점포선택. *한국의류학회지*, 28(5), pp. 547-558.
- 13) 엄선주 (1994). 상표를 활용한 진의류 디자인 개발에 관한 연구. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.

- 14) 장안화 (1998). 진즈의 디자인 개발에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 15) 정선희, 이정란 (2003). 청바지 패턴 및 그레이딩에 관한 연구. *한국의류학회지*, 27(9/10), pp. 1048-1059.
- 16) 이창미, 김태규, 권오경 (1998). 진바지의 착용 후 부위별 피로도에 관한 연구. *한국의류학회지*, 22(2), pp. 257-266.
- 17) DeLong, M., Koh, A., Nelson, N. & Ingvaldstad, A. (1998). Jean: A comparison of perceptions of meaning in Korea and the United States. *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(3), pp. 116-125.
- 18) Lee, M. Y. & Lee, M. H. (2002). A Study on Trends of Women's Jean Pants: Focus on Jean Pants in the American Online Shops. *International Journal of Costume*, 2(Dec.), pp. 103-115.
- 19) 김민정, 채금석 (2002). 진즈패션의 상징성 연구: 해외 디자이너 브랜드를 중심으로. *한국의류학회지*, 52(7), pp. 155-166.
- 20) 이호진 (2004). 데님의상의 현대문화사적 분석. *한국의류학회지*, 54(8), pp. 75-86.
- 21) 조규화, 구인숙, 금기숙 (1995). 복식사진. 서울: 경춘사, p. 481.
- 22) 김종학, 150년 리바이스 진 패션 변천사. 엠파스. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://www.eexpressroom.co.kr>
- 23) 신혜원, 유효선 (1997). 청바지의 세탁가공에 관한 연구(I): 세탁가공의 종류를 중심으로. *한국의류학회지*, 21(2), pp. 471-481.
- 24) Basf(2003, 7. 16). 패션청바지에서 발견된 작은 기적. 엠파스. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://www.basf-korea.co.kr>
- 25) 김종학. 앞의 글
- 26) 박성희. 앞의 글
- 27) 샌드 워싱(sand-washed)은 스톤 워싱된 진이나 가공되지 않은 진을 규토(silica sand)를 사용해 가공한 것이다. 여기에 허벅지 앞부분과 바지의 둔부에 특별처리를 하게되면 부분 탈색효과가 나타나게 된다.
- 28) 페이드 아웃 룩(fade-out look): 페이드 아웃 룩은 빨수록 연해지는 안료코팅을 사용한다. 그러므로 이 가공을 한 진즈는 세탁할수록 색깔이 점점 연해진다.
- 29) 데미지드 룩(damaged look): 진이 헐어보이게 하는 효과는 화학적으로 혹은 기계적으로 연출할 수 있다. 바지의 둔부를 염소로 탈색하거나, 납탄으로 가득찬 산탄총을 발사하여 연출하기도 한다. 면도날로 긁음으로써 자연스러운 데미지드 룩 효과를 얻을 수도 있다.
- 30) Basf. 앞의 글
- 31) Fashion(2004, 10. 8). 2005 S/S Men's Collection. 엠파스. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://blog.empas.com>
- 32) KTnews 기자 (2001, 10. 11). 이랜드, '웨인진즈' 숨쉬는 청바지 개발. 한국섬유신문. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://www.ktnews.com>
- 33) 김종학(2003, 8. 4). 리바이스 F/W 시즌 Finishing. 엠파스. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://www.search.empas.com>
- 34) Basf. 앞의 글
- 35) 유수연(2003, 1. 23). 포화상태에 빠진 진즈시장. 한국섬유신문. 자료검색일 2005. 8. 8. 자료출처 <http://www.ktnews.com>
- 36) Davis, M. L. (1987). *Visual Design in Dress*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 추선희, 김영인 (2002). 패션 소재의 색채 이미지와 질감에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(2), pp. 193-204에서 재인용.
- 37) 추선희, 김영인. 위의 글.
- 38) 김공주 편 (1996). 색채과학. 서울: 대광서림, pp. 110, 119, 121.
- 39) 조필교, 조혜민 (1988). 패션디자인과 색채. 서울: 전원문화사, p. 79.
- 40) 추선희, 김영인. 앞의 글.
- 41) 김윤경, 강경자 (2003). 의복스타일과 색상·톤 조합이 인상형성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 27(3/4), pp. 395-406.
- 42) 이호정 (1997). 복식디자인: 기성복 디자인에의 어프 로치. 서울: 교학연구사, p. 105.
- 43) 권은주 (1989). 이미지 전달요소로서 Texture에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 44) 김희정, 이경희(1993). 의복자극물과 제시방법에 따른 시각적 평가. *한국의류학회지*, 17(3), pp. 428-435.
- 45) 이미연, 이명희 (2002). 웨딩드레스의 디자인 요소와 각각자 성별에 따른 인상형성 연구(제2보): 소재, 소매와 장식유무를 중심으로. *한국의류학회지*, 26(8), pp. 1217-1227.
- 46) 추선희, 김영인. 앞의 글.
- 47) 노의경, 유효선 (2003). 면직물의 구성특성이 시각적 시각에 미치는 영향과 이미지 스케일에 관한 연구. *한국의류학회지* 03 제 27회 정기총회 및 춘계학술대회, p. 46.
- 48) 오승희 (1992). 의상에 나타난 무늬가 인간정서에 미치는 영향: 추상적 문양 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 49) 박금옥 (1996). 색채와 무늬에 따른 직물의 시각적 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 50) 김윤경, 이경희 (2000). 의복무늬의 시각적 감성 연구. *한국의류학회지*, 24(6), pp. 861-872.
- 51) 강혜원 (1995). 의상사회심리학. 서울: 교문사, p. 82.
- 52) 김인숙, 신소진(1994). 신체노출을 달리한 남성 케주얼 복장에 대한 남·녀 대학생의 인상형성. *한국의류학회지*, 18(4), pp. 501-514.
- 53) Lubner-Rupert, J. A. & Winakor, G(1985). Male and female style preference and perceived fashion risk. *Home-Economics Research Journal*, 13, pp. 265-266.
- 54) 이현화, 박찬부 (1998). 의복단서, 각각자 변인이 여자한복착용자의 인상형성에 미치는 영향(II): 각각자 변인을 중심으로. *복식*, 37, pp. 119-132.
- 55) 이경희 (1991). 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 56) 성수광 (1997). 의류학개론. 서울: 교문사, p. 22.
- 57) 강혜원. 앞의 글, p. 57.
- 58) 김민정, 채금석 (2002). 진즈패션의 상징성 연구: 해

- 의 디자이너 브랜드를 중심으로. 복식, 52(7), pp. 155-166.
- 59) 질 리포베츠키 저, 이득재 역 (1999). 패션의 제국(제1판). 서울: 문예출판사, p. 158., 김민정, 채금석 (2002). 진즈패션의 상징성 연구: 해외 디자이너 브랜드를 중심으로. 복식, 52(7), pp. 160-161에서 재인용.
- 60) 고애란. 앞의 글.
- 61) 김미수, 이경희 (1995). 진의류의 製品知覺에 관한 考察. 한국의류학회지, 19(1), pp. 23-35.
- 62) Levi's, Guess, Gap, Earl Jean, Bisou Bisou and Rampage
- 63) Lee, M. Y. & Lee, M. H. (2002). 앞의 글.
- 64) 'boot cut' 실루엣은 슬림 핏(slim-fit)으로 내려오다가 밑단부분에서 약간 홀레어 지는 스타일로 밑단의 넓이는 약 18½ 인치 정도이다.
- 65) 이미연, 이명희 (2000). 웨딩드레스의 디자인 요소와 지각자 성별에 따른 인상형성 연구(제1보): 실루엣과 네크라인을 중심으로. 한국의류학회지, 24(5), pp. 724-735.
- 66) 이명희, 이미연. 앞의 글.
- 67) 이경희. 앞의 글.
- 68) 박금옥. 앞의 글.
- 69) Lubner-Rupert, J. A. & Winakor, G. *op., cit.*
- 70) Lee, M. Y. & Lee, M. H. (2002). 앞의 글.
- 71) 채서일, 김범중 (1988). SPSS/PC+를 이용한 통계분석. 서울: 범문사, p.99.
- 72) 고애란. 앞의 글
- 73) 김미수, 이경희. 앞의 글